

VR존·맛집 유치나선 대형마트 “돌파구를 찾아라”

이마트 매출 늘었지만 적자 299억 '2030 남성 저격' 드론존 등 조성

롯데그룹 영업손실액 339억원 20개 점포서 자율형 점포 운영

경기 침체와 함께 온라인 쇼핑을 즐기는 1인 가구가 늘고, 소비 습관이 변화하면서 오프라인 기반의 대형마트가 고전하고 있다. 이에 주요 마트들은 실적부진을 떨치기 위한 다양한 정책을 내놓고 있다.

◆온·오프라인 치열한 가격경쟁에 적자폭 ↑

업계 1위인 이마트는 올 2분기 영업 적자를 기록해 충격을 안겼다. 1993년 서울 창동 1호점 오픈 후 26년 만에 첫 영업손실을 기록한 것이다.

금융감독원에 따르면, 이마트의 2분기 연결기준 매출액은 전년대비 14.8% 성장한 4조 5810억원이지만, 영업적자는 299억에 달하는 것으로 드러났다.

이마트의 핵심 동력인 할인점의 2분기 총매출액은 2조 5784억원으로 전년 동기 대비 1.7% 증가하는데 그쳤으며, 43억원의 영업손실액을 낳았다.

창고형 마트인 트레이더스는 지난해



이마트 국민가격



롯데마트 이천점 전경.

/롯데쇼핑

동기 대비 23%의 매출 성장을 보이며 영업이익 143억원을 달성했고, 노브랜드와 일렉트로마트 등 일부 전문점은 양호한 실적을 보였지만, H&B 스토어 부츠와 빼빼로쇼핑 등에서 적자가 확대되면서 손실액 188억원을 기록했다.

롯데마트와 롯데슈퍼 등 롯데그룹의 오프라인 할인점도 상황은 비슷하다.

롯데마트는 2분기 매출 1조 5962억원을 거뒀으며, 영업손실액은 339억원을 기록했다. 다행인 점이라면, 국내 매출은 부진하지만, 동남아시아에 진출한 점포는 성장세가 이어지며 영업이익이 늘어났다. 슈퍼 사업은 매출 4736억원, 영업손실액은 198억원으로 역시 부진했다.

대형마트들의 실적부진은 이커머스의 파격적인 가격 전쟁과 소비심리 위축 등이 실적에 큰 영향을 미친 것으로 분석된다. 이에 하반기에 사업 재편으로 반전을 꾀할 방침이다.

◆점포 효율화·체류시간 늘리는 데 집중

이마트는 수익성이 좋은 일렉트로마트와 노브랜드 등에 집중하고, 그렇지 않은 부츠 매장은 영업을 종료해 점포 효율화 작업을 실시한다. 또한 신선식품 부문을 강화해 경쟁력을 갖출 예정이다.

점포 리뉴얼을 통해 고객 체류시간도 늘린다는 계획이다.

일례로, 일렉트로마트는 마트를 단

순히 상품을 구매하는 곳이 아닌 다양한 볼거리와 체험 공간으로 바꿨다. 실제로 드론존, 게이밍존, VR체험존 등이 20~30대 남성 소비자들의 체류시간을 늘려 매출에도 긍정적인 영향을 끼치고 있다. 푸드코트에 유명 맛집을 입점시키고 매장 인테리어도 젊은 층이 선호하는 카페 형태로 바꾸는 중이다. 일부 점포에는 1인 좌석도 도입하고 있다.

또한 상시적 초저가인 '에브리데이 국민가격' 상품을 지속적으로 선보여 가격 경쟁력을 갖춘다. 이미 1차로 30여 종이 출시됐으며, 올해 안에 200여개의 상품을 선보인다고 발표했다. 국민가격은 철저한 원가분석, 근본적인 원가구

조 혁신으로 유통 가능한 상품들이다.

롯데마트는 체험형 콘텐츠를 확대하고, PB 상품을 통해 고객을 확보한다.

먼저, 상품 운영에 있어 점포 권한을 확대한 자율형 점포를 운영하고 체험형 콘텐츠를 확충해 고객이 먼저 찾는 '지역 1등' 점포를 늘려나갈 계획이다.

상권에 맞춘 점포별 '시그니처' 상품을 만들고, 비규격 상품에 대한 판매가격 조정과 가격 조정 권한을 점포에 부여해 '매일 신선한 상품이 진열 되는 매장'으로 만든다는 것.

실제로 롯데마트는 지난 4월부터 20개 점포에서 자율형 점포를 운영해왔다. 그 결과 해당 점포들의 타 점포 대비 3.5%의 매출 성장세를 보였다. 상품과 매장 환경이 바뀌자 고객들 스스로 다시 찾는 매장으로 변화하며 매출이 늘어났다고 사측은 분석했다.

이와 함께 롯데마트는 앞으로 기존 카테고리 별로 시장을 면밀히 분석해 소비자 사고 중심의 '시그니처' PB를 통해 상품 경쟁력을 확보하겠다는 방침이다. 올해 150개의 시그니처 상품을 올해 말까지 200개로 확대하고, 2020년에는 가공, 홈, 신선 카테고리 중심의 상품 300개를 운영한다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



신세계백화점에서 만난 프리미엄 샴페인

11일 오전 서울 중구 신세계백화점 본점에서 모델들이 프리미엄 샴페인 '뵈브 클리코'를 소개하고 있다. 뵈브 클리코 한 잔과 치즈, 캐비어 등 페어링 푸드를 함께 판매하는 행사도 준비했다.

/연합뉴스

롯데아울렛 폴로매장, 2인 모델스토어 선정

〈이천점〉

2019 가을·겨울시즌 2인 대표매장 미국 본사서 방문, 신상품 先 입고

롯데 프리미엄 아울렛 이천점 아시아 대표 아울렛으로의 역사를 새로 썼다. '폴로(POLO)' 매장이 아시아에서 주목하는 모델 스토어로 선정됐기 때문이다.

'모델스토어'란 브랜드의 시즌별 컨셉을 보여주는 대표 매장을 말한다. 이 매장의 컨셉과 진열, 그리고 연출은 아시아 지역 모든 폴로 매장으로 공유된다.

폴로 브랜드의 '모델스토어'가 국내에서 선정된 것은 이천점이 최초로 이번 '19F/W(가을/겨울) 시즌 이천점 폴로 매장은 국내뿐만 아니라 아시아 대표 매장이 된다.

실제로 지난 7월, 미국 폴로 본사의 매장 연출가들과 폴로 아시아 총괄팀이 모델스토어 선정을 위해 직접 이천점 매장을 방문해 매장을 연출했다. 또한, 19F/W 시즌 상품을 다른 매장보다 3주 가량 먼저 입고 해 고객들이 시즌 트렌



롯데 프리미엄 아울렛 이천점 폴로 매장.

/롯데쇼핑

드를 빠르게 확인할 수 있게 했다.

이천점 폴로 매장은 영업면적 909㎡(275.1평)로, 김해점(631㎡, 191평), 파주점(621㎡, 188평) 등 롯데 프리미엄 아울렛에 입점한 폴로 매장 중 가장 크며, 2018년 한 해 동안 25% 가량 매출이 성장한 고효율 매장이다. 미국 폴로 본사에서는 이러한 점들을 고려해 이천점을 이번 시즌 아시아를 대표하는 모델스토어로 선정했다.

이천점 폴로 매장은 아시아 대표 매

장으로 선정됨과 더불어 국내 아울렛에서 선보이지 않았던 새로운 여성복 라인도 아울렛 최초로 선보인다.

롯데 프리미엄 아울렛 윤우욱 이천점장은 "이천점 폴로 매장이 아시아를 대표하는 매장으로 선정된 것을 계기로 국내 아울렛의 트렌드를 이끄는 매장이 될 것"이라며, "추후에도 다양한 시도를 통해 이천점만의 독창적인 컨셉을 만들어 나갈 계획"이라고 말했다.

/신원선 기자

현대백 '2019 프리미엄 베이비페어' 개최

15~18일 20여개 브랜드 참여

현대백화점은 오는 15일부터 18일까지 무역센터점 10층 문화홀에서 '2019 프리미엄 베이비페어'를 진행한다

이번 페어에는 부가부·에그 등 20여개 유아 브랜드가 참여하며, 유모차·카시트 등 발육상품과 의류·소품 등 유아용품의 최초 판매가 대비 최대 60% 할인 판매한다.

네덜란드 프리미엄 유모차 브랜드 '부가부'와 영국 왕실 유모차로 유명한 '에그'는 올해 신상품을 5~7% 단독 할인 판매하나, 또한 구매 고객에게는 컵홀더와 물병 등을 사은품으로 제공한다.

다양한 특가 상품도 마련했다. 대표

적인 상품으로는 '부가부 비5 블랙 코어', '에그 다이아몬드 블랙', '에그 주라식' 등이다.

아동 도서 브랜드 '아람북스'는 도서 전집을 10% 할인 판매하고, 타미힐피거 칠드런은 봄/가을 이월 상품을 최초 판매가 대비 최대 40% 할인 판매한다.

아울러 행사 기간 동안 현대백화점카드 30만원 이상 구매고객에게 구매금액대별로 5% 현대백화점 상품권을 증정한다.

현대백화점 관계자는 "최근 명절을 앞두고 조카·손주 선물을 찾는 고객들이 늘고 있다"며, "특히 올해는 이른 명절로 신학기 시즌과 맞물려 유아용품뿐 아니라 신학기 아동용품 수요도 있을 것으로 보인다"고 말했다.

/신원선 기자

현대그린푸드 '이탈리 오픈 4주년 할인전'

현대그린푸드는 오는 12일부터 25일까지 판교점 '이탈리(EATALY)'에서 '이탈리 오픈 4주년 기념 할인전'을 진행한다

행사에서는 이탈리에서 판매하는 식품·와인 중에서 인기 상품 100여종을 선정해 20~70% 할인해 선보인다.

먼저, 파스타면·올리브오일·토마토소스 등 이탈리아 식품 80여종을 20~60% 할인 판매한다. 대표 상품은 구스타로소 토마토 소스(680g) 3000원, 살리나 체르비아 소금(300g) 2000원, 베르나노 커피 원두 (250g), 9900원이다. 또한 이탈리아 와인 20여종도 30~

70% 할인해 선보인다. 행사 품목은 유니코 산지오베제 리제르바 2014, 유니코 피노그리지오 2017, 코르테 오프네 브린디시 리제르바 2015 등이다.

아울러 현대그린푸드는 레스토랑 코너에서 구매한 고객(테이블당 1회)을 대상으로 추첨을 통해 재방문시 사용할 수 있는 '이탈리 레스토랑 코너 10% 할인권' 등을 증정하는 '럭키 드로우' 이벤트도 진행한다.

/백인용 기자